



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

Escuela Académico Profesional de Administración

Trabajo de Investigación

# **Relación entre el nivel de satisfacción y la calidad percibida de los clientes externos de la Clínica San Juan Bosco - Huánuco 2019**

Jose Fernando Vilcarromero Arbulu

Para optar el Grado Académico de  
Bachiller en Administración

Lima, 2019

Repositorio Institucional Continental  
Trabajo de investigación



Obra protegida bajo la licencia de "[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Perú](#)"

## **Dedicatoria**

A mis padres que con su apoyo y comprensión me es posible sobrellevar las adversidades, a mi hermano que con su ejemplo me permite motivarme a seguir avanzando y creciendo.

A mis sueños, porque son los que me dan la energía para cumplir mis objetivos.

## **Agradecimientos**

Quisiera expresar mi agradecimiento especial a los docentes que formaron parte de esta tarea ardua y dedicada, aquellos que brindan su conocimiento para crecer personal y profesionalmente.

Al personal de la Clínica San Juan Bosco porque gracias a su colaboración pudo llevarse a cabo esta investigación y el logro de los objetivos

A todas las personas que formaron parte de alguna forma de este trabajo.

## Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos .....	ii
Lista de Tablas .....	vi
Lista de Figuras .....	vii
Resumen.....	viii
Introducción .....	x
Capítulo I: Planteamiento del Estudio .....	1
1.1. Delimitación de la Investigación.....	1
1.1.1. Espacial.....	1
1.1.2. Temporal.....	1
1.1.3. Conceptual.....	1
1.2. Planteamiento del Problema.....	1
1.3. Formulación del Problema.....	3
1.3.1. Problema general. ....	3
1.3.2. Problemas específicos. ....	3
1.4. Objetivos de la Investigación.....	3
1.4.1. Objetivo general. ....	3
1.4.2. Objetivos específicos.....	3
1.5. Justificación de la Investigación.....	4
1.5.1. Justificación teórica. ....	4
1.5.2. Justificación práctica. ....	4
1.5.3. Justificación metodológica. ....	5

<b>Capítulo II: Marco Teórico.....</b>	<b>6</b>
2.1. Antecedentes de Investigación.....	6
2.1.1. Artículos científicos.....	6
2.1.2 Tesis nacionales e internacionales .....	7
2.1. Bases Teóricas.....	8
2.1.1. Servicio.....	8
2.1.2. Satisfacción del cliente. ....	9
2.1.3. Calidad.....	10
2.1.4. Modelo SERVQUAL .....	11
2.1.5. Alfa de Cronbach.....	15
2.1.6. Net Promoter Score. ....	16
2.1.7. La calidad en el servicio al cliente. ....	16
2.1.8. Calidad en salud. ....	16
2.3. Definición de Términos Básicos.....	17
2.3.1. Paciente ambulatorio. ....	17
2.3.2. Servicio.....	17
2.3.3. Expectativa. ....	17
2.3.4. Percepción. ....	17
<b>Capítulo III: Hipótesis y Variables .....</b>	<b>18</b>
3.1. Hipótesis.....	18
3.1.1. Hipótesis general .....	18
3.1.2. Hipótesis específicas .....	18

3.2. Identificación de las Variables.....	18
3.3. Operacionalización de las Variables.....	19
<b>Capítulo IV: Metodología.....</b>	<b>21</b>
4.1. Enfoque de la Investigación.....	21
4.2. Tipo de Investigación.....	21
4.3. Nivel de Investigación.....	21
4.4. Métodos de Investigación.....	22
4.4.1. Métodos generales.....	22
4.4.2. Métodos específicos.....	22
4.5. Diseño de Investigación.....	22
4.6. Población y Muestra.....	23
4.6.1. Población.....	23
4.6.2. Muestra.....	23
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	24
4.7.1. Técnicas.....	24
4.7.2. Instrumentos.....	24
<b>Capítulo V: Resultados.....</b>	<b>27</b>
5.1. Descripción del trabajo de campo.....	27
5.2. Presentación de resultados.....	27
5.4 Discusión de resultados.....	33
<b>Conclusiones.....</b>	<b>36</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>38</b>

<b>Referencias.....</b>	<b>39</b>
-------------------------	-----------



**Lista de Tablas**

Tabla 1 <i>Análisis de calidad de servicio en la Clínica</i>	28
Tabla 2 <i>Análisis de la Satisfacción del Paciente ambulatorio en la Clínica</i>	29
Tabla 3 <i>Correlación Satisfacción Vs. Calidad de Servicio</i>	30
Tabla 4 <i>Correlación Satisfacción (Detractores) vs. Calidad de servicio</i>	31
Tabla 5 <i>Correlación Satisfacción (Pasivos) vs. Calidad de Servicio</i>	32
Tabla 6 <i>Correlación entre Satisfacción (Promotores) vs. Calidad de Servicio</i>	33

**Lista de Figuras**

<i>Figura 1.</i> Modelo Conceptual de la Calidad de Servicio.....	13
---	----

## **Resumen**

La satisfacción de los clientes y la calidad son tópicos muy importantes en el mundo empresarial y cualquier rubro en donde se tenga contacto con personas, ya que son estas las que podrán llevarnos hacia el crecimiento y rentabilidad, pero únicamente si se logra superar sus expectativas ofreciendo un servicio o producto de calidad, y es que se puede pensar de que estos dos conceptos, o variables se encuentran estrechamente relacionados, es por ello que esta investigación fue llevada a cabo bajo la finalidad de obtener información relevante para lograr el objetivo de determinar la relación del nivel de satisfacción con la calidad percibida del usuario externo, la cual fue llevada a cabo en un centro de atención médica, la clínica San Juan Bosco de la ciudad de Huánuco en el año 2019.

Se aplicó el método científico, por su alcance el tipo de investigación fue correlacional, con un diseño de investigación no experimental, transeccional. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, teniendo una población de 218 usuarios de la clínica San Juan Bosco de la ciudad de Huánuco en el año 2019. En conclusión, mediante los resultados se pudo obtener que se tiene una relación positiva y significativa entre la satisfacción y la calidad percibida de los clientes externos.

### **Abstract**

Customer satisfaction and quality are very important topics in the business world and any field where you can have contact with people, because these are what will lead us to growth and get a good profitability but only if we can exceed their expectations by offering a quality service or product, and is that we can think that these two concepts are closely related, is because we realized this investigation with the purpose to get relevant information to achieve the goal of determinate the relation between the level of satisfaction with the perceived quality of the external user, which was carried out in a health care center, the San Juan Bosco clinic in the city of Huánuco in 2019.

The scientific method was applied, due to its scope, the type of research was correlational, with a non-experimental, transectional research design. The technique of data collection was the survey and the instrument were the questionnaire, having a population of 218 users of the San Juan Bosco clinic in the city of Huánuco in 2019. In conclusion, Within the results it was possible to obtain that has a positive and significant relationship between satisfaction and perceived quality of external users

## **Introducción**

Hoy en día la demanda de servicios en el rubro de salud obliga a los centros de salud públicos y privados sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones fijar sus esfuerzos en brindar servicios con un alto nivel de calidad. Es por ello, que esta investigación está enfocada en obtener información sobre la relación de las variables calidad y satisfacción de los usuarios externos en la clínica San Juan Bosco de la ciudad de Huánuco. Conociendo los resultados se podrá tomar acción sobre las posibilidades de mejoras en el centro de salud para volverse más competitivos en el tiempo y diferenciarse de la competencia.

El capítulo I, contiene el planteamiento de estudio, hace referencia a la delimitación de la Investigación, planteamiento del problema, formulación del problema, objetivos de la Investigación y justificación de la Investigación.

El capítulo II, denominado Marco Metodológico, en el mismo se presenta: Antecedentes de Investigación, bases Teóricas y definición de términos básicos.

El capítulo III, se desarrolla la hipótesis y variables, cuyo contenido es hipótesis, identificación de las Variables y operacionalización de las variables.

El capítulo IV, menciona a la metodología empleada, en el que se considera los métodos de Investigación, configuración de la Investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, proceso de recolección de datos, descripción del análisis de datos y prueba de hipótesis.

El capítulo V, describe los resultados, en el que se puntualiza la descripción del trabajo de Campo, presentación de resultados y contrastación de resultados.

## **Capítulo I: Planteamiento del Estudio**

### **1.1. Delimitación de la Investigación**

#### **1.1.1. Espacial.**

La investigación se desarrolla en la ciudad de Huánuco, en la clínica San Juan Bosco.

#### **1.1.2. Temporal.**

El estudio se llevó a cabo durante el periodo 2019

#### **1.1.3. Conceptual.**

La investigación se realizó en base a los temas de gestión de la calidad, y la satisfacción de los clientes, tal es el caso que se deseó conocer si existía una correlación entre estas variables.

### **1.2. Planteamiento del Problema**

La satisfacción de los usuarios externos, también conocidos como pacientes ambulatorios a lo largo de los últimos años ha ido cobrando gran atención en la salud pública y privada a nivel nacional, e internacional como se puede evidenciar mediante los estudios realizados en diversos países, así como también en estudios locales, los cuales están enfocados a la obtención de conocimiento sobre la satisfacción de los usuarios del sector salud, esto nace ya que es de importancia para dicho sector tener los conocimientos claves para poder valorar la calidad de la atención, la cual es evidenciada al momento que cada uno de los usuarios da su juicio y apreciación de valor de forma subjetiva, guiados por las expectativas y la percepción del mismo.

En la actualidad, en los servicios de salud las expectativas de los usuarios son cada vez más exigentes puesto que a la fecha ya se cuenta con una diversidad de opciones de atención, es por ello, que la competencia en el sector se encuentra constantemente en modernización y creación de nuevas opciones intentando mejorar y adicionar valor al servicio, por tal motivo la percepción de los usuarios por los servicios de salud es cada vez más estudiado.

Cabe resaltar que en nuestro país durante los últimos años se han planificado, desarrollado e implementado múltiples iniciativas para la medición de la calidad a través de la evaluación de la satisfacción de los usuarios externos, esto se puede evidenciar mediante la RM (resolución Ministerial) N° 527-2011 emitida por el Ministerio de Salud, dado a la existente percepción de un grado de insatisfacción creciente de los usuarios del sistema de salud.

El 06 de febrero del 2002 se creó la clínica San Juan Bosco en la ciudad de Huánuco, desde entonces se encuentran enfocados en cubrir diariamente las necesidades de sus pacientes, para ello cuenta con una diversidad de servicios en distintas especialidades.

La ciudad de Huánuco se encuentra en el departamento de Huánuco. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la ciudad de Huánuco es la decimocuarta ciudad más poblada del Perú, esta ciudad cuenta con diversas fuentes económicas, el INEI divulgó indicadores de la actividad productiva departamental del 2017, donde Huánuco se muestra como la segunda región con mayor crecimiento con un 8,3%, teniendo como principal actividad la agropecuaria. Esta actividad y otras como el comercio le dan a la población poder adquisitivo, es por ello, que las preferencias y posibilidades de gastos de los pobladores varía, produciéndose de esta manera el interés por una atención de salud más privada y personalizada como lo son las clínicas y consultorios, mediante las cuales el usuario busca solucionar sus problemas de salud.

Por todo lo mencionado párrafos anteriores se desea conocer en qué nivel se encuentra la satisfacción y calidad en la clínica San Juan Bosco de la ciudad de Huánuco en este año 2019 y así poder mostrar la relación del nivel de satisfacción y las dimensiones de calidad (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles), de allí la necesidad de explorar metodologías con cuestionarios sencillos y de fácil aplicación que muestren resultados para la toma de decisiones y genere un proceso de mejora continua de la calidad de atención.

Los enfoques y metodologías de medición de calidad son bastante útiles, considerando además que se vienen utilizando con frecuencia en el rubro, estos permiten evaluar continuamente la calidad de este tipo de servicios.

### **1.3. Formulación del Problema**

#### **1.3.1. Problema general.**

¿Cuál es la relación entre el nivel de satisfacción y la calidad percibida del usuario externo en la clínica San Juan Bosco de la ciudad de Huánuco en el año 2019?

#### **1.3.2. Problemas específicos.**

- ¿Cuál es la relación entre la dimensión de satisfacción Promotores y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la dimensión de satisfacción Pasivos y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la dimensión de satisfacción Detractores y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019?

### **1.4. Objetivos de la Investigación**

#### **1.4.1. Objetivo general.**

Determinar la relación del nivel de satisfacción con la calidad percibida del usuario externo en la Clínica San Juan Bosco de la ciudad de Huánuco en el año 2019.

#### **1.4.2. Objetivos específicos.**

- Determinar el nivel de correlación entre la dimensión de satisfacción Promotores y las cinco dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco utilizando la herramienta SERVQUAL y NPS.



- Determinar el nivel de correlación entre la dimensión de satisfacción Pasivos y las cinco dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco utilizando la herramienta SERVQUAL y NPS.
- Determinar el nivel de correlación entre la dimensión de satisfacción Detractores y las cinco dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco utilizando la herramienta SERVQUAL y NPS.

## **1.5. Justificación de la Investigación**

### **1.5.1. Justificación teórica.**

Esta investigación estuvo enfocada en obtener información real sobre el nivel de satisfacción con el que cuentan los usuarios externos y a su vez conocer la calidad de servicio ofrecida a estos en la clínica San Juan Bosco de Huánuco y con los datos obtenidos se pudo estudiar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios.

### **1.5.2. Justificación práctica.**

Adicionalmente el estudio pudo dar alcances reales a los directivos de la clínica sobre la situación actual de esta, conociendo la calidad con la que cuentan y así de ser necesario optimizar los procesos de servicio y en el futuro puedan planificar diversas estrategias de gestión dirigidas a la mejora continua, de esta manera poder ganarse un lugar en la mente de los clientes y hacerla más competitiva, imponiendo una diferenciación ante las demás (Kotler y Keller, 2003). Con esto se puede mencionar que el estudio realizado benefició directamente a la Clínica San Juan Bosco brindándole los lineamientos necesarios para ser un mejor centro de salud ofreciéndoles a los clientes lo que necesitan realmente para sentirse totalmente satisfechos.

A su vez, esta investigación tuvo como propósito el de aportar al conocimiento ya existente lo cual se puede evidenciar con los constantes estudios a lo largo de los años sobre el uso de herramientas de medición de calidad en el sector salud y la importancia de enfocarse en

los usuarios, esto por la necesidad latente que existe de analizar los servicios del sector para la mejora continua. Beneficiando de esta manera también a todo centro de salud público o privado en general tanto al nivel nacional como extranjero.

### **1.5.3. Justificación metodológica.**

En la investigación se propuso la aplicación del modelo SERVQUAL la cual según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), es una encuesta multidimensional, esta fue elaborada por Parasuraman y su nombre se atribuye al uso de *Service Quality*, la justificación de esta herramienta es que su aplicación práctica permitirá medir lo que el usuario externo espera de la organización y poder identificar los aspectos positivos y negativos que atraviesa la clínica y optar por medidas de corrección a través de una propuesta integral, permitiendo desarrollar herramientas de gestión para el análisis y ejecución de las actividades, teniendo el objetivo principal de incrementar la demanda, así como la estandarización de procesos.

Cabe resaltar que estos resultados se midieron mediante la brecha número 5, utilizando una escala de Likert del 1 al 7 por cada pregunta, siendo uno el de menor valor y 7 el mayor valor, siguiendo de una ponderación de las puntuaciones obtenidas en la percepción y expectativas, cuantificando así la evaluación que los clientes dieron respecto a la importancia relativa de las cinco dimensiones.

Del mismo modo para que la satisfacción pueda ser correlacionada con la calidad fue necesario que pase por un instrumento de medición, es por ello, que se incluyó una pregunta del tipo NPS (*Net Promoter Score*) usando también una escala de Likert del 1 al 10, según Reichheld (2011), esto está dirigido a conocer que tan satisfecho se sintió el usuario externo al culminar el servicio, gracias a esto se podrá llegar a conocer si realmente existe una correlación entre ambos resultados, los resultados de la encuesta SERVQUAL (variable calidad) con la pregunta de satisfacción (variable satisfacción).

## **Capítulo II: Marco Teórico**

### **2.1. Antecedentes de Investigación**

#### **2.1.1. Artículos científicos.**

Ajam, Sadeghifar, Anjomshoa, Mahmoudi, Honarvar, y Mousavi (2014) se enfocaron en realizar una investigación para poder evaluar la calidad de servicio en el sector de salud, esto se logró utilizando como herramienta el modelo SERVQUAL, al plantear esta investigación se definió como objetivo principal el determinar cuál es la brecha de calidad que existe en el servicio del Hospital ShahidElmi desde el punto de vista de los pacientes y con los resultados poder preparar proyectos y programas de mejora. La muestra del estudio fue de 100 pacientes bajo el método probabilístico y se les realizó la encuesta SERVQUAL. Como resultado se obtuvo que la percepción del servicio brindado era mayor que las expectativas de los pacientes, pero como una conclusión importante se mencionó que era recomendable que el proceso relacionado a la entrega del servicio en todas las dimensiones particularmente la responsabilidad y garantía deben ser reestructurado.

Kazemi, Ehsani, Abdi, y Bighami, M. (2013) dieron a lugar una investigación que se enfocó en darle medición a la calidad de servicio en un Hospital Iraní y su influencia en la satisfacción del paciente, para llevar a cabo esta investigación se tomaron como muestra a 171 pacientes, las herramientas con la que se logró la investigación y recolección de datos fue SERVQUAL en el que se incluían 5 dimensiones; tangibles (4 preguntas), confiabilidad (5 preguntas), responsabilidad (4 preguntas), seguridad (4 preguntas), y empatía (5 preguntas), y como segundo instrumento se utilizaron encuestas de satisfacción las que se estructuraron en satisfacción general (3 preguntas), confianza (3 preguntas), y aceptación (3 preguntas), dichas preguntas fueron evaluadas mediante la escala de Likert del 1 al 5 en el que figura como (1) muy bajo y (5) muy alto. Mediante la investigación se llegó a un resultado importante, el cual era que existía un impacto positivo y significativo entre la calidad de servicio del hospital y la

satisfacción del paciente (.463). En la conclusión se muestra que existe una significativa y positiva relación entre la calidad del servicio del hospital con las cinco dimensiones, además se mostró que la satisfacción del paciente y las tres dimensiones (Satisfacción General, confianza, y aceptación) estuvieron asociadas entre si significativa y positivamente. Las estrategias de gestión y sugerencias fueron presentadas al hospital.

### **2.1.2 Tesis nacionales e internacionales**

Villafuerte y Tello (2017) llevaron a cabo una investigación sobre los factores asociados al nivel de satisfacción de los pacientes que recibieron atención fisioterapeuta en el servicio de medicina física y rehabilitación del Hospital Cayetano Heredia. La investigación se realizó con la finalidad de determinar el nivel de satisfacción y los factores asociados a esta, de los pacientes que recibieron atención fisioterapéutica en el servicio de Medicina Física y Rehabilitación del Hospital Cayetano Heredia, para dicho estudio se tuvo una muestra de 108 pacientes seleccionados por un muestreo no probabilístico que recibieron atención fisioterapéutica durante los meses de febrero a abril del 2017, para lograr obtener resultados validos se utilizó una encuesta SERVQUAL modificada, adaptada al servicio de Medicina Física y Rehabilitación. Dentro las conclusiones se pudieron observar que el nivel de satisfacción global en los pacientes encuestados era aceptable, por otra parte, se observó que la que menor satisfacción evidencio fue la dimensión de capacidad de respuesta. La edad se encuentra asociada a la satisfacción global de los pacientes.

Romaní y Terbullino (2018) realizaron una investigación acerca de la calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Puesto de Salud Ramiro Prialé El Tambo en la ciudad de Huancayo el año 2018. El objetivo de la investigación fue de Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Puesto de Salud Ramiro Prialé Se aplicó el método científico, por su alcance el tipo de investigación fue correlacional, con un diseño de investigación no experimental, transeccional. La técnica de recolección de

datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, su utilizo una muestra de 65 usuarios. En las conclusiones de obtuvo que existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Puesto de Salud Ramiro Priale.

## **2.1. Bases Teóricas**

### **2.1.1. Servicio.**

Kotler (2001) dice que el servicio es como cualquier acto o desempeño que una parte ofrece a otra y que es en esencia intangible. Con frecuencia los servicios acompañan los bienes, pero no es de menos notar que cada vez con más frecuencia, desempeñan un papel importante en la economía global y bienestar de la comunidad. Por lo tanto, Grande (2005) menciona esa característica de intangibilidad nuevamente, pero a su vez explica otras características de los servicios, mencionando que estos se dividen en cuatro, estas características ayudan a entender su complejidad al momento de estudiarlos.

- Intangible; esto dice que como no es un objeto no puede palparse, es más bien un beneficio.
- Heterogéneo; porque quien lleva a cabo el servicio es responsable del resultado de este y de las circunstancias bajo las que se genera; por otro lado, la percepción depende de la persona que lo contrata.
- Inseparable; esto indica que la producción y el consumo del servicio ocurran al mismo tiempo.
- Perecible; ya que no se pueden almacenar.

Por último, Vargas y Aldana de Vega (2011) menciona que el servicio había sido entendido como un valor agregado a un producto, para luego con el pasar del tiempo llegase a ser entendido como una utilidad en si misma que en ocasiones debería ser apreciada por medio de bienes tangibles y en otras ocasiones mediante de la comunicación cliente-proveedor.

### 2.1.2. Satisfacción del cliente.

Cuando se habla de la satisfacción del cliente, se puede decir que este constructo ha sido explicado por diversos autores. Por ejemplo, Tse, Nicosia & Wilton (1990) hablan de ello, mencionando que la satisfacción ha sido continuamente utilizada por diversos especialistas de diferentes ciencias como los sociólogos y psicólogos la utilizan para indicar los resultados positivos de las estrategias del marketing, como también reflejar el bienestar de la sociedad e indicar el sentimiento emocional de los individuos respectivamente.

Otros autores han definido a la satisfacción del cliente en función de las expectativas asociadas al consumo de productos o servicios y su conformidad o no conformidad con lo obtenido (Bitner, 1990), en función de la evaluación de la diferencia que existe entre expectativa y rendimiento percibido.

La satisfacción del cliente es un tema que debe tratar cualquier tipo de negocio con suma importancia ya sea que se hable de empresas de servicios o aquellas enfocadas únicamente en la entrega de un producto, puesto que este no es solo un requisito indispensable para que la empresa llegue a alcanzar sus objetivos financieros trazados sino también para poder tener un lugar en la mente de sus consumidores y ganar ante los competidores. Para que cualquier empresa alcance a mantener satisfechos a su cliente continuamente, se debe tener entendido que es la satisfacción, lo cual según Kotler y Armstrong (2003), dan la premisa de que la satisfacción del cliente surge de la diferencia entre lo que el cliente percibe del servicio, y las expectativas que se genera antes de adquirirlo.

Concluyendo de que cuando se llega a la adquisición de un producto o servicio, los clientes pueden experimentar uno de los siguientes tres niveles de satisfacción:

- ***Insatisfacción:*** Ocurre cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- ***Satisfacción:*** Ocurre cuando el desempeño percibido del producto coincide con las

expectativas del cliente.

- **Complacencia:** Ocurre cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

### **2.1.3. Calidad.**

Existe una diversidad de compendios en los que se tocan el tema de calidad, pero son cinco los que son conocidos como los grandes de la calidad, estos son William Edwards Deming, Joseph M. Juran, Armand V. Feigenbaum, Kaoru Ishikawa y Philip B. Crosby

Existe una gran similitud entre los conceptos de calidad de servicio y satisfacción, es por ello, que no es raro que éstos estén relacionados.

Juran (1990) al hablar de la calidad menciona que esta es toda característica con la que cuenta un producto o servicio, las cuales le proporcionan la capacidad de llegar a satisfacer las necesidades de los clientes. La calidad es una medida con la que se muestra la excelencia. Crosby (1984), por su parte dice que, ésta es el cumplimiento de un conjunto de requisitos que delimitan los mismos usuarios, esto se da ya que la calidad está estrechamente relacionada con las percepciones de cada individuo, esto se puede entender como todo aquello recibido que este en conformidad con las necesidades de estos mismos, por lo que la calidad es el rendimiento del producto que da como resultado la satisfacción del cliente.

Diaz (1996) habla sobre la necesidad de que toda clase de empresa incluya este constructo llamado calidad en la elaboración de todas las fases y procesos que intervienen tanto en el diseño y producción de un producto como en la prestación de un servicio.

Deming y Medina (1989) muestran a la calidad en términos de capacidad, es decir, la capacidad que tiene la empresa para garantizar la satisfacción del cliente ya sea en productos o servicios.

Pero, Feigenbaum (1983) cuenta con una visión más integral de la calidad, ya que este menciona la necesidad de la participación de todos los departamentos para poder garantizar la satisfacción de las necesidades y alcanzar las expectativas de los clientes.

Feigenbaum es conocido por desarrollar un nuevo concepto, el cual es llamado el control de calidad total, este consta en que las empresas se deben enfocar en la gestión de la calidad más extensa, la cual abarca todas las áreas de la empresa y que persigue la satisfacción plena de los clientes.

Según lo expuesto se entiende que la calidad está basada en la experiencia actual de los clientes en relación con los productos o los servicios, comparada contra sus requerimientos conscientes, sensoriales o enteramente subjetivos, y siempre representarán un objetivo de cambio para el mercado competitivo.

De este modo se podría pensar que, un servicio de calidad supone ajustarse y en ocasiones superar a las expectativas de los clientes por esto el cliente es quien define la calidad final del producto.

#### **2.1.4. Modelo SERVQUAL**

El modelo SERVQUAL se ha utilizado en numerosos estudios referentes a la calidad en servicios, este modelo es una técnica de investigación que permite realizar la medición de la calidad del servicio permitiéndonos de esta manera poder llegar a conocer las expectativas que tienen los clientes, y la manera en la que aprecian el servicio.

Al utilizar este modelo se llega a conocer información importante y detallada sobre las diferentes opiniones que tiene el cliente acerca del servicio ofrecido, así como comentarios y sugerencias que estos dan para futuras mejoras en ciertos factores, de igual manera se obtienen las impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. Este modelo puede ser utilizado también por las empresas como un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones.



Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) dicen con el modelo SERVQUAL que la calidad del servicio es reflejada mediante la diferencia entre las percepciones reales del servicio por parte del cliente y las expectativas que se habían formado previamente sobre este.

Por este motivo, la empresa que este dedicada a ofrecer un servicio y tenga en mente obtener diferenciación mediante un servicio de calidad, deberán tener en cuenta que es necesario superar las expectativas de los clientes.

Parasuraman, et al. (1993) se fijaron mucho en saber que condicionantes eran los primordiales en la formación de las expectativas, y llegaron a la conclusión que estos eran:

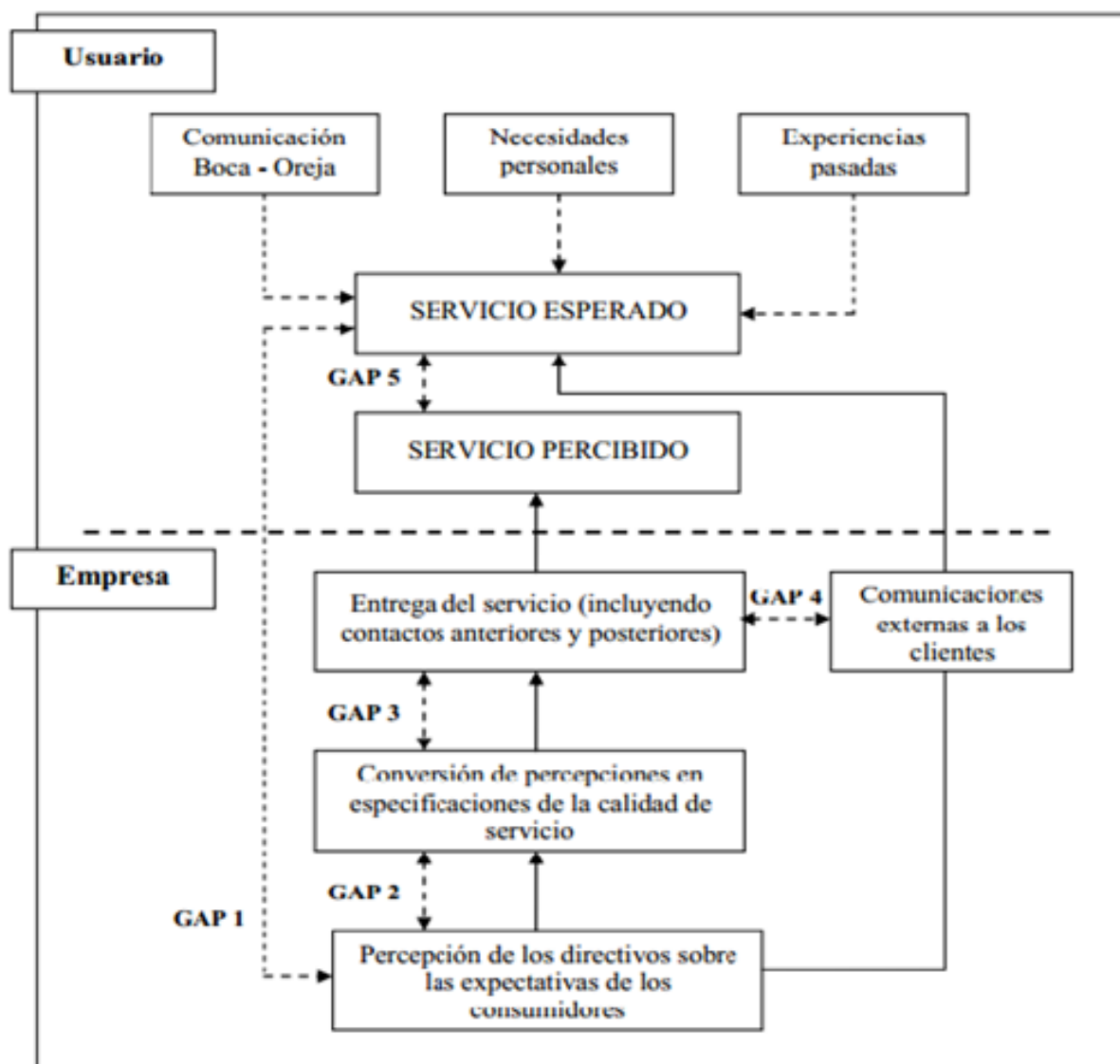
- La comunicación que existe entre los diferentes usuarios del servicio.
- Las necesidades propias de cada cliente que desea satisfacer con el servicio que va a recibir.
- Las experiencias pueden haber tenido en el pasado del mismo servicio o similares.
- La comunicación externa que realiza la empresa que ofrece el servicio mediante la publicidad o acciones promocionales.

Parasuraman et al. (1993) proponen establecer como dimensiones de calidad de servicio a los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía. Estos se pueden definir de la siguiente manera:

- **Elementos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal. Normalmente enfocado a la modernidad y equipamiento necesario para el óptimo servicio.
- **Fiabilidad:** Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.
- **Capacidad de respuesta:** Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se encuentra enfocado en la prontitud al

tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.

- **Seguridad:** Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- **Empatía:** Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.



*Figura 1.* Modelo Conceptual de la Calidad de Servicio Fuente: Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.

Dentro de la literatura del tema de calidad, el modelo que cuenta con una mayor difusión es el denominado Modelo de la Brechas (Parasuraman, Berry y Zeithaml, 1988), en el que los autores sugieren que reducir o eliminar dicha brecha, denominada también como diferencia, especialmente la Brecha 5, depende a su vez de la gestión eficiente por parte de la empresa de servicios de otras cuatro deficiencias o discrepancias.

Las brechas mencionadas anteriormente indican las diferencias que existe entre los aspectos importantes de un servicio, como los son las necesidades de los clientes, la experiencia misma del servicio y las percepciones que tienen los empleados de la empresa con respecto a los requerimientos de los clientes.

A continuación, se presentan las 5 brechas que proponen los autores de SERVQUAL:

- Brecha 1 (Estratégico): Diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos de la empresa. Siendo así que el no saber qué es lo que los clientes esperan puede generar una percepción de calidad de servicio deficiente y difícilmente podrán impulsar y desarrollar acciones para lograr la satisfacción de esas necesidades y expectativas.
- Brecha 2 (Técnico de diseño): Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de las normas de calidad. servicio Se estudia esta brecha debido a que hay ocasiones en las que, aun teniendo información suficiente y precisa sobre qué es lo que los clientes esperan, las empresas de servicios no logran cubrir esas expectativas. El factor que debe estar presente para evitar esta brecha es la traducción de las expectativas, conocida a especificaciones de las normas de la calidad del servicio.
- Brecha 3 (Funcional o de Ejecución): Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio. La calidad del servicio no será posible si las normas y procedimientos no se cumplen, la principal causa de esta

brecha es la falta de orientación de las normas hacia las necesidades del cliente, lo cual resulta un servicio pobre y de mala calidad.

- Brecha 4 (Relaciones Externas): Discrepancia entre el servicio real y lo que se comunica a los clientes sobre él. Esta deficiencia significa que las promesas que se les hacen a los clientes a través de la Comunicación de Marketing no fueron consecuentes con el servicio suministrado.
- Brecha 5 (Global): Es la brecha global. Es la diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones de ellos. Al obtener una mayor expectativa que percepción resulta un servicio que puede ser visto de mala calidad.

Las 5 brechas mencionadas permiten detectar los aspectos en los que está fallando la empresa, ya sea en la seguridad, capacidad de respuesta, Habilidad y elementos tangibles, y permitieron a la empresa tomar las medidas correctas para eliminar estas brechas y aumentar la calidad en el servicio de las empresas de publicidad.

#### **2.1.5. Alfa de Cronbach.**

El modelo SERVQUAL implica el cálculo de alfa de Cronbach, el cual es el valor que demuestra que las encuestas se encuentran libres de errores aleatorios. El alfa de Cronbach permite cuantificar el nivel de habilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de las variables observadas.

Los valores inferiores a .6 significan que los ítems tienen baja fiabilidad, y para valores de .6 a 1 se considera que los ítems tienen alta fiabilidad. En el Modelo SERVQUAL también se deben calcular la media y la desviación típica. La media se calcula para conocer las posibles coincidencias en actitudes que presentan los clientes ante el servicio. La desviación típica se calcula para conocer las variaciones que existen entre los clientes respecto a la percepción que cada uno tiene sobre el servicio (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1993).

### **2.1.6. *Net Promoter Score.***

*Net Promoter Score* es una métrica elaborada por primera vez en 1993 por Fred Reichheld y posteriormente adoptada por Bain & Company y Satmetrix en 2003. Esta métrica es utilizada como una manera de pronosticar el comportamiento de los clientes cuando realizan compras y recomendaciones (Reichheld, 2011). Se realiza mediante una pregunta tipo Likert numerada del 1 al 10 mediante la cual uno según los resultados puede saber si el cliente usuario estaría dispuesto a recomendarlo, por lo cual sería mostrado como satisfactorio el servicio o producto que fue recibido por parte de la empresa.

### **2.1.7. La calidad en el servicio al cliente.**

La calidad como ya se ha mencionado anteriormente es fundamental para poder ofrecer un buen servicio y producto al cliente. Cuando se habla de servicios es necesario que conocer aspectos netamente dirigidos a estos. La calidad del servicio según Cronin, Joseph y Taylor (1992), se define como aquella valoración que tiene el cliente sobre la calidad general del servicio utilizado, esto mediante un modelo de confirmación de la brecha entre las expectativas del servicio y el rendimiento de este que se conoce como percepción. Es decir, se mide la calidad mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa.

### **2.1.8. Calidad en salud.**

Según Donabedian (1984) menciona que la calidad de la atención médica se aprecia mediante la aplicación de la ciencia y la tecnología médica en una forma que maximice sus beneficios para la salud sin aumentar en forma proporcional sus riesgos. La calidad en el rubro de salud se enfoca en el cómo proporcionar al cliente el máximo y más completo bienestar, después de haber considerado el balance de las ganancias y pérdidas esperadas que acompañan el proceso de atención en todas sus partes. De este modo se puede entender que para Donabedian cuando se trata de calidad en el sector Salud se debe tener una adecuación precisa de la atención a las necesidades particulares de cada caso.

## **2.3. Definición de Términos Básicos**

### **2.3.1. Paciente ambulatorio.**

El Ministerio de Salud lo define como aquel paciente que visita un establecimiento de atención de la salud por razones de diagnóstico o tratamiento sin pasar la noche en el mismo. Es conocido también como usuario externo.

### **2.3.2. Servicio.**

La Real Academia Española habla sobre este tópico como una prestación que se enfoca en poder satisfacer necesidades sociales, pero ésta no se enfoca en la producción de bienes materiales.

### **2.3.3. Expectativa.**

A través de la literatura se describen las expectativas como la anticipación de un evento o consecuencia futura. Las expectativas son puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa, ese juicio se da dependiendo de las creencias sobre la entrega del servicio, las cuales sirven como estándares de decisión.

### **2.3.4. Percepción.**

La percepción es cómo valoran las personas los servicios; es decir, como las reciben y evalúan los servicios de una empresa.

## **Capítulo III: Hipótesis y Variables**

### **3.1. Hipótesis**

#### **3.1.1. Hipótesis general**

Existe una correlación positiva y significativa entre la satisfacción y la calidad percibida de los clientes externos de la Clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019.

#### **3.1.2. Hipótesis específicas**

- Existe una correlación positiva y significativa entre la dimensión de satisfacción Promotores y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019.
- Existe una correlación positiva y significativa entre la dimensión de satisfacción Pasivos y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019.
- Existe una correlación positiva y significativa entre la dimensión de satisfacción Detractores y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019.

### **3.2. Identificación de las Variables**

El estudio se enfocó en conocer la relación que existe entre dos variables, estas son la satisfacción y la calidad de servicio. Mediante las teorías estudiadas se pudo tener conocimiento que la calidad es la forma en la que la percepción supera a las expectativas del usuario (Parasuraman, Berry y Zeithaml, 1988), proporcionándole al cliente el máximo y más completo bienestar (Donabedian, 1984), esta variable se puede mostrar mediante tres diferentes grados, que son Deficiente, Media y Alta calidad, estos resultados se obtienen mediante una herramienta que en estudios anteriores ha sido usada para los mismos objetivos, este es el Modelo SERVQUAL, esta se realiza en un tiempo determinado desarrollando cuestionarios a los clientes.

Por otro lado, se tiene la variable satisfacción, la cual se da cuando todo aquel producto o servicio prestado cumple con el cubrir por completo las necesidades de los clientes (Kotler, 1996), es por ello por lo que esta variable fue relacionada con los resultados del cuestionario descrito en el párrafo anterior teniendo esta variable los grados de medición de Insatisfacción, Satisfacción y Complacencia, los cuales se identificaran según la herramienta NPS como Detractores, Pasivos y Promotores.

### **3.3. Operacionalización de las Variables**

Variable Calidad: La dimensión Tangibles cuyos indicadores son equipamiento, apariencia integral de los colaboradores, instalación física visualmente atractiva, la dimensión Fiabilidad se manifiesta a través de los el cumplimiento de la promesa, interés por solución de problemas, fiabilidad del servicio, la dimensión Capacidad de Respuesta que tiene como indicadores el respeto de programación y orden, tiempo de espera, tiempo de respuesta de reclamos, disposición a ayudar de los empleados, la dimensión Seguridad se muestra por la confianza que transmiten los colaboradores, la formación de los colaboradores, la seguridad que siente el paciente por sus proveedores, la dimensión de Empatía la cual se aprecia mediante la amabilidad y respeto por parte d ellos colaboradores, la atención personalizada que se brinda, la preocupación por los intereses de los pacientes y la comprensión de las necesidades de los pacientes.

Esta variable fue medida a través de una escala de Likert, realizando una encuesta mediante la herramienta SERVQUAL

Variable Satisfacción: Las dimensiones para poder medir la satisfacción son similares a la calidad, es por ello por lo que se quiso conocer la relación que puede existir entre estos dos constructos, para poder medir esta variable se utilizaron las dimensiones de rendimiento percibido, manifestándose este a través desempeño que el cliente llegó a considerar que obtuvo luego de la adquisición de un producto o servicio. De igual manera se cuenta con la dimensión



expectativas las cuales se muestran como esperanzas que tiene los clientes de conseguir referente al producto o servicio que van a consumir o utilizar.

Es por lo que en el caso de la satisfacción se utilizó una pregunta dirigida que se encontrara incluida en el cuestionario de SERVQUAL al final de este, con tal pregunta que se evaluara mediante una escala de Likert del 1 al 10

## **Capítulo IV: Metodología**

### **4.1. Enfoque de la Investigación**

La investigación que se llevó a cabo se dio mediante un enfoque cuantitativo puesto que se requería conocer y manejar datos numéricos para la obtención de la información necesaria para lograr los objetivos y así verificar la hipótesis.

### **4.2. Tipo de Investigación**

- Según Finalidad: El presente estudio se elaboró según nuestro propósito de estudio mediante el tipo de investigación Básica, puesto que cumple con los propósitos fundamentales de producir conocimiento y teorías. (Hernández, 2010)
- Según su naturaleza: Krathwohl (1993) menciona que el diseño de investigación es la manera en la que se manejan las preguntas y la hipótesis, transformándolas en las estrategias para llegar a seleccionar a nuestros participantes, el aplicar tratamiento, escoger los instrumentos de medida, y el recoger datos, por ello esta investigación se define como un diseño no experimental ya que no se manipuló la variable independiente.
- Según su prolongación en el tiempo: utilizando un método transversal por lo que se recolectaron datos numéricos en un determinado momento tomando un periodo de tiempo único.
- Según procedencia de datos: La investigación es cuantitativa ya que se enfocó en la recolección y análisis de datos numéricos.

### **4.3. Nivel de Investigación**

El nivel de investigación muestra el grado de profundidad con que se abordara un fenómeno u objeto de estudio, Por ello la investigación se desarrolló bajo un nivel correlacional ya que según Hernández (2010) esta investigación asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población.

Teniendo como interés el conocer la relación existente entre las variables tomadas para el estudio la investigación se ha tomado el nivel correlacional, en otras palabras, se quiso conocer la satisfacción del usuario externo en medida a como se presenta la calidad en el servicio, midiendo de esta manera la relación existente.

#### **4.4. Métodos de Investigación**

##### **4.4.1. Métodos generales.**

La presente investigación se llevó a cabo mediante el método científico como método general, el cual, como cualquier tipo de investigación, es más rigurosa, organizada y se lleva a cabo cuidadosamente

Es así como se decidió utilizar el método Hipotético- Deductivo, puesto que se combinaron la reflexión racional con la observación de la realidad o momento empírico, es decir, se contrastó la hipótesis, a partir de la verdad y la falsedad de las consecuencias.

##### **4.4.2. Métodos específicos.**

Según estudios previos, se observó que la manera para poder estudiar la calidad y la satisfacción de los usuarios de un servicio en el sector de salud es utilizando el modelo SERVQUAL para conocer la calidad y el método NPS (*Net Promoter Score*) para conocer la satisfacción.

#### **4.5. Diseño de Investigación**

La investigación se ha realizado en base al diseño no experimental. Ya que como menciona Hernández (2010). Se trata de una investigación donde no se realiza ninguna manipulación en las variables, se trata de un estudio donde no se hace variar de forma intencional las variables independientes para ver el efecto sobre otra variable, en cambio, lo que si se realiza es observar el fenómeno de manera natural y ver como se dan en ese contexto. Así mismo se puede mencionar que se utilizó un diseño de investigación de campo.

## 4.6. Población y Muestra

### 4.6.1. Población

La población con la que se llevó a cabo el estudio son específicamente los usuarios externos que acudieron a los servicios de la Clínica San Juan Bosco que se encuentra en la ciudad de Huánuco en el año 2019.

### 4.6.2. Muestra

#### 4.6.2.1. Unidad de análisis

Usuarios externos que acudieron a los servicios de la Clínica San Juan Bosco.

#### 4.6.2.2. Tamaño de la muestra

La muestra se obtuvo mediante la siguiente Fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población (1000)

$\sigma$  = Desviación estándar (.5)

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza (1.96)

e = Error Muestra (.05)

Confianza= 95%

Con la cual se obtuvo un resultado de 218 encuestas a Formular para el desarrollo de la evaluación.

#### 4.6.2.3.. Selección de la muestra

Entre los criterios de selección de las personas de investigación se utilizaron los siguientes criterios:

- Personas que acudieron al establecimiento como usuario externo atención de la clínica siendo estos usuarios nuevos y usuarios asiduos.

- Usuario externo mayor de 18 años.
- Usuario externo nuevos o concurrentes.
- Usuarios externos de cualquier sexo

#### **4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

##### **4.7.1. Técnicas**

Cuando se mencionan las técnicas que se utilizan para la recolección de los datos Arias (2012) menciona que la encuesta es una técnica con la cual es posible obtener información que ser brindada por un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o sobre un tema en particular. De acuerdo con esto según la finalidad de la investigación se llevó a cabo una encuesta utilizando el método SERVQUAL establecida por Zeithaml, et al. (1993), ya que con ésta se logra medir de manera óptima las expectativas de los usuarios externos frente a la percepción de éstos sobre la Clínica San Juan Bosco obteniendo así el nivel de calidad de servicio real de la clínica valorado por los mismos usuarios.

##### **4.7.2. Instrumentos**

De igual manera entre los instrumentos que se decidieron utilizar para la investigación fueron cuestionarios escritos, utilizando una escala de Likert para cada una de las preguntas.

###### **4.7.2.1. Diseño**

Para poder establecer el cuestionario SERVQUAL se elaboraron preguntas que evalúan la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones (Zeithaml et al., 1993).

Dichas dimensiones se evaluaban mediante declaraciones con una escala de Likert lo cual corresponde a la escala del 1 al 7 siendo 1 el valor más bajo que el cliente le da a la declaración según su nivel de importancia, y 7 el valor de evaluación más alto para cada una de las declaraciones, y constan de diferentes secciones, algunas preguntas dirigidas a conocer las expectativas que el cliente tiene acerca del servicio, otra sección en donde se exponen las

percepciones del cliente respecto al servicio que presta la clínica cada declaración contando también con una escala de Likert del 1 al 7.

Una última sección se utilizó para ponderar las puntuaciones obtenidas en la percepción y expectativas, cuantificando así la evaluación que los clientes dieron respecto a la importancia relativa de las cinco dimensiones.

Para la medición de la variable satisfacción se utilizó un cuestionario 1 NPS (*Net Promoter Score*) mediante una pregunta dirigida que cual hace saber que tan satisfecho se encontró el cliente por el servicio prestado en su totalidad, esta está valorada con un rango de evaluación del 0 al 10; siendo evaluado del 1 al 6 (Detractores), del 7 al 8 (Pasivos) y del 9 al 10 (Promotores), de esta forma se pudo relacionar los resultados de la herramienta SERVQUAL con esta última.

#### **4.7.2.2. Confiabilidad**

Para conocer la confiabilidad de cuestionario SERVQUAL se llevó a cabo un cuestionario piloto a 30 usuarios que se atendieron en la Clínica San Juan Bosco de Huánuco, para así poder utilizar el método de Alpha de Cronbach mediante la varianza de los ítems, este método da el valor que demuestra que las encuestas se encuentran libres de errores aleatorios.

Se puede apreciar que el Alfa de Cronbach de los 45 ítems (22 de expectativas, 22 de percepción y 1 de la pregunta de satisfacción NPS) es de .910. Es un valor mayor a .60 es por eso, que las preguntas de las expectativas y percepciones tienen congruencias entre sí. Al igual que la pregunta utilizada para el NPS en medición de la satisfacción.

Los datos para la solución del Alpha de Cronbach realizada se pueden apreciar en los apéndices anexados.

#### **4.7.2.3. Validez**

Las herramientas utilizadas se toman como validadas ya que diversos investigadores han utilizado el método SERVQUAL para diferentes proyectos de investigación en muchos

establecimientos de servicios incluidos los centros de atención médica, teniendo estos antecedentes el valor necesario para ser tomados en cuenta para el desarrollo de esta investigación.

## **Capítulo V: Resultados**

### **5.1. Descripción del trabajo de campo**

En este capítulo, se da a conocer y se analizan los resultados obtenidos de la aplicación los instrumentos: cuestionario de calidad del servicio y satisfacción del usuario, el cual permite conocer el nivel de calidad de servicio y satisfacción del usuario del Puesto de Salud Ramiro Prialé en base a las dimensiones de las respectivas variables: (a) Calidad de servicio: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles y (b) Satisfacción del usuario: Detractores, Pasivos y Promotores. Los resultados fueron procesados con el programa estadístico MINITAB® 15 y Microsoft Excel 2016.

### **5.2. Presentación de resultados**

Para poder llegar a conocer la relación entre mis dos variables de estudio es necesario primero conocer cuál es la situación de cada una de las variables, por lo que en la Tabla 1 se puede observar las expectativas y las percepciones logradas, la diferencia de estas generó las llamadas brechas, dichas brechas ayudaron a comprender el valor de calidad que el cliente le da al servicio. Se observó que las brechas tienen un valor negativo ya que en promedio las expectativas de cada pregunta realizada fueron más altas a lo que se percibió después del servicio dado, la mayor deficiencia se observa en la dimensión empatía con un valor de -.74 y la mínima brecha se observa en la dimensión de bienes tangibles con un valor de -.53.

Se muestra también que los clientes externos de la clínica tuvieron una mejor apreciación de calidad en la presentación buena e impecable de los empleados con un valor de -.44 ubicada en la dimensión de Bienes tangibles, pero tuvieron una baja apreciación de calidad en la rapidez con que se atiende en la caja, módulo de atención e informes con un valor de -.90 ubicada en la dimensión Capacidad de Respuesta.



Tabla 1

*Análisis de calidad de servicio en la Clínica*

Preguntas	Promedio de Expectativa (E)	Promedio de Percepción (P)	Promedio de Brechas (P-E)	Desv. Estandar de Brechas
<b>Tangible</b>	<b>6,47</b>	<b>5,94</b>	<b>-0,53</b>	
P1. Que la apariencia de los equipos de la clínica sea Moderna	6,66	5,99	-0,67	0,886
P2. Que la presentación de los empleados de la clínica sea buena e impecable	6,31	5,86	-0,44	1,069
P3. Que los materiales asociados con el servicio ( folletos o catálogos) de la clínica muestren la información necesaria	6,42	5,96	-0,45	0,880
P4. Que el consultorio y la sala de espera sean limpios, cómodos y acogedores	6,51	5,95	-0,56	1,015
<b>Fiabilidad</b>	<b>6,51</b>	<b>5,93</b>	<b>-0,57</b>	
P5. Que cuando la clínica prometa hacer algo en un tiempo determinado lo cumpla	6,59	5,93	-0,61	1,047
P6. Que cuando tenga un problema, la clínica muestre un sincero interés por resolverlo	6,37	5,84	-0,53	1,192
P7. Que la clínica desempeñe el servicio de manera correcta a la primera vez	6,55	6,01	-0,53	0,870
P8. Que su historia clínica se encuentre disponible para su atención en el consultorio	6,52	5,94	-0,58	0,958
P9. Que su atención se realice respetando la programación y el orden de llegada del paciente	6,52	5,93	-0,60	1,091
<b>Capacidad de Respuesta</b>	<b>6,52</b>	<b>5,82</b>	<b>-0,70</b>	
P10. Que la atención de la caja, modulo de atención e informes sea rapida	6,67	5,77	-0,90	0,905
P11. Que los empleados de la Clínica se muestren dispuestos a ayudarlo	6,39	5,82	-0,57	1,143
P12. Que los empleados de la Clínica nunca estén demasiado ocupados como para no atender a un cliente	6,49	5,85	-0,64	0,926
P13. Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad	6,47	5,83	-0,65	1,119
P14. Que la atención para los analisis, farmacia y exámenes diversos sean rápidos	6,57	5,83	-0,74	0,983
<b>Seguridad</b>	<b>6,54</b>	<b>5,81</b>	<b>-0,73</b>	
P15. Que el comportamiento de los empleados de la Clínica inspiren confianza	6,58	5,95	-0,63	0,887
P16. Que el médico le brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud	6,50	5,78	-0,72	1,123
P17. Que el medico le realice un examen físico completo y minucioso por el problema de salud por el que se atiende	6,61	5,76	-0,86	1,092
P18. Que los empleados de la Clínica cuenten con el conocimiento requerido para una buena atención	6,48	5,76	-0,72	1,029
<b>Empatia</b>	<b>6,52</b>	<b>5,78</b>	<b>-0,74</b>	
P19. Que el personal lo escuche atentamente y trate con amabilidad, respeto y paciencia	6,54	5,74	-0,80	1,040
P20. Que la Clínica cuente con empleados que brindan atención personalizada	6,43	5,85	-0,58	1,032
P21. Que el personal de la clínica le explique con palabras fáciles de entender la información que necesita	6,52	5,76	-0,77	1,032
P22. Que los empleados de la Clínica entiendan las necesidades específicas de los clientes	6,60	5,77	-0,83	1,018

Así como en la Tabla 2 se puede apreciar los resultados obtenidos en las encuestas referentes a la satisfacción por los pacientes ambulatorios, y se puede ver que el promedio de valor dado por los pacientes es de 6.78, redondeando a una calificación de 7, lo cual quiere

decir que en promedio los pacientes quedan en el rango según escala de NPS como pasivos, lo que dice que su experiencia ha sido satisfactoria, pero les es indiferente llegar a una recomendación de la clínica a sus conocidos.

Tabla 2

*Análisis de la Satisfacción del Paciente ambulatorio en la Clínica*

	Preguntas	Promedio de Satisfacción	Desv. Estandar
P.23	¿Qué tan probable es para usted que nos recomiende con sus conocidos?	6,78	1,42

En la tabla 2 se puede apreciar una desviación Típica de 1.42 lo cual dice que los valores que dieron los pacientes mediante la encuesta según la satisfacción están más cerca del 6 y 7 (valor según escala de Likert).

Luego de ya conocer la situación de cada variable se pudo llegar a conocer la relación entre las variables, lo cual se llevó a cabo con el análisis de coeficiente de correlación de Pearson.

Es posible apreciar en la tabla 3 los resultados de dicho análisis, y se pudo deducir mediante los datos presentados que entre las variables satisfacción y calidad de servicio existe una correlación positiva, lo cual se aprecia mediante la correlación de Pearson que se aprecia con un valor ( $> 0$ ) mayor a cero. Y significativa teniendo un Valor  $p < (menor)$  a 0.05 en cada una de las dimensiones del SERVQUAL. De la misma forma se buscó conocer cuál es la correlación que existe entre las dimensiones de calidad de servicio con la satisfacción de los clientes únicamente fijándose en los resultados dentro de la escala de Likert del 1 al 6 (detractores).

Tabla 3

*Correlación Satisfacción Vs. Calidad de Servicio*

Preguntas	Correlación Valor p	Correlación de Pearson
<b>Tangible</b>		
P1. Que la apariencia de los equipos de la clínica sea Moderna	.000	.317
P2. Que la presentación de los empleados de la clínica sea buena e impecable	.000	.292
P3. Que los materiales asociados con el servicio ( folletos o catálogos) de la clínica muestren la información necesaria	.000	.372
P4. Que el consultorio y la sala de espera sean limpios, cómodos y acogedores	.000	.373
<b>Fiabilidad</b>		
P5. Que cuando la clínica prometa hacer algo en un tiempo determinado lo cumpla	.000	.303
P6. Que cuando tenga un problema, la clínica muestre un sincero interés por resolverlo	.000	.520
P7. Que la clínica desempeñe el servicio de manera correcta a la primera vez	.000	.375
P8. Que su historia clínica se encuentre disponible para su atención en el consultorio	.000	.402
P9. Que su atención se realice respetando la programación y el orden de llegada del paciente	.000	.440
<b>Capacidad de Respuesta</b>		
P10. Que la atención de la caja, modulo de atención e informes sea rapida	.000	.414
P11. Que los empleados de la Clínica se muestren dispuestos a ayudarlo	.000	.450
P12. Que los empleados de la Clínica nunca estén demasiado ocupados como para no atender a un cliente	.000	.384
P13. Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad	.000	.553
P14. Que la atención para los analisis, farmacia y exámenes diversos sean rápidos	.000	.437
<b>Seguridad</b>		
P15. Que el comportamiento de los empleados de la Clínica inspiren confianza	.000	.442
P16. Que el médico le brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud	.000	.349
P17. Que el medico le realice un examen físico completo y minucioso por el problema de salud por el que se atiende	.000	.453
P18. Que los empleados de la Clínica cuenten con el conocimiento requerido para una buena atención	.000	.396
<b>Empatia</b>		
P19. Que el personal lo escuche atentamente y trate con amabilidad, respeto y paciencia	.000	.402
P20. Que la Clínica cuente con empleados que brindan atención personalizada	.000	.390
P21. Que el personal de la clínica le explique con palabras fáciles de entender la información que necesita	.000	.491
P22. Que los empleados de la Clínica entiendan las necesidades específicas de los clientes	.000	.492

Con la Tabla 4 se pudo conocer que existe una correlación positiva entre las brechas de las dimensiones de la calidad con la dimensión detractores de la satisfacción presentado con valores ( $> 0$ ) mayores a cero, según el valor p, se puede observar que se tiene significancia en el coeficiente de correlación porque estos tienen un Valor p  $<$  (menor) a .05.

De igual manera se quiso conocer el coeficiente de correlación de las dimensiones de la calidad de servicio con la dimensión pasivos de la satisfacción.

Tabla 4

*Correlación Satisfacción (Detractores) vs. Calidad de servicio*

Preguntas	Correlación Valor p	Correlación de Pearson
<b>Tangible</b>		
P1. Que la apariencia de los equipos de la clínica sea Moderna	.000	.657
P2. Que la presentación de los empleados de la clínica sea buena e impecable	.000	.528
P3. Que los materiales asociados con el servicio ( folletos o catálogos) de la clínica muestren la información necesaria	.000	.402
P4. Que el consultorio y la sala de espera sean limpios, cómodos y acogedores	.000	.462
<b>Fiabilidad</b>		
P5. Que cuando la clínica prometa hacer algo en un tiempo determinado lo cumpla	.005	.310
P6. Que cuando tenga un problema, la clínica muestre un sincero interés por resolverlo	.000	.660
P7. Que la clínica desempeñe el servicio de manera correcta a la primera vez	.060	.462
P8. Que su historia clínica se encuentre disponible para su atención en el consultorio	.003	.521
P9. Que su atención se realice respetando la programación y el orden de llegada del paciente	.038	.575
<b>Capacidad de Respuesta</b>		
P10. Que la atención de la caja, modulo de atención e informes sea rapida	.005	.598
P11. Que los empleados de la Clínica se muestren dispuestos a ayudarlo	.000	.623
P12. Que los empleados de la Clínica nunca estén demasiado ocupados como para no atender a un cliente	.000	.500
P13. Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad	.000	.638
P14. Que la atención para los analisis, farmacia y exámenes diversos sean rápidos	.000	.434
<b>Seguridad</b>		
P15. Que el comportamiento de los empleados de la Clínica inspiren confianza	.000	.346
P16. Que el médico le brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud	.016	.270
P17. Que el medico le realice un examen físico completo y minucioso por el problema de salud por el que se atiende	.000	.443
P18. Que los empleados de la Clínica cuenten con el conocimiento requerido para una buena atención	.000	.404
<b>Empatía</b>		
P19. Que el personal lo escuche atentamente y trate con amabilidad, respeto y paciencia	.001	.366
P20. Que la Clínica cuente con empleados que brindan atención personalizada	.000	.433
P21. Que el personal de la clínica le explique con palabras fáciles de entender la información que necesita	.000	.605
P22. Que los empleados de la Clínica entiendan las necesidades específicas de los clientes	.000	.514

En la Tabla 5 se puede observar que se cuenta con correlación positiva presentando valores ( $> 0$ ) mayores a cero, sobre el nivel de significancia se observa que se tiene un p -valor  $< (\text{menor})$  a .05 lo que dice que existe evidencia para concluir que la correlación es diferente a cero 0.

Por último, se quiso conocer el coeficiente de correlación de las dimensiones de la calidad de servicio con la dimensión pasivos de la satisfacción.

Tabla 5

*Correlación Satisfacción (Pasivos) vs. Calidad de Servicio*

Preguntas	Correlación	Valor p	Correlación de Pearson
<b>Tangible</b>			
P1. Que la apariencia de los equipos de la clínica sea Moderna	✓	.000	✓ .134
P2. Que la presentación de los empleados de la clínica sea buena e impecable	✓	.000	✓ .057
P3. Que los materiales asociados con el servicio ( folletos o catálogos) de la clínica muestren la información necesaria	✓	.000	✓ .144
P4. Que el consultorio y la sala de espera sean limpios, cómodos y acogedores	✓	.000	✓ .050
<b>Fiabilidad</b>			
P5. Que cuando la clínica prometa hacer algo en un tiempo determinado lo cumpla	✓	.000	✓ .049
P6. Que cuando tenga un problema, la clínica muestre un sincero interés por resolverlo	✓	.001	✓ .063
P7. Que la clínica desempeñe el servicio de manera correcta a la primera vez	✓	.000	✓ .127
P8. Que su historia clínica se encuentre disponible para su atención en el consultorio	✓	.002	✓ .208
P9. Que su atención se realice respetando la programación y el orden de llegada del paciente	✓	.000	✓ .069
<b>Capacidad de Respuesta</b>			
P10. Que la atención de la caja, modulo de atención e informes sea rapida	✓	.000	✓ .038
P11. Que los empleados de la Clínica se muestren dispuestos a ayudarlo	✓	.000	✓ .078
P12. Que los empleados de la Clínica nunca estén demasiado ocupados como para no atender a un cliente	✓	.020	✓ .009
P13. Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad	✓	.000	✓ .115
P14. Que la atención para los analisis, farmacia y exámenes diversos sean rápidos	✓	.000	✓ .140
<b>Seguridad</b>			
P15. Que el comportamiento de los empleados de la Clínica inspiren confianza	✓	.000	✓ .163
P16. Que el médico le brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud	✓	.000	✓ .004
P17. Que el medico le realice un examen físico completo y minucioso por el problema de salud por el que se atiende	✓	.000	✓ .056
P18. Que los empleados de la Clínica cuenten con el conocimiento requerido para una buena atención	✓	.000	✓ .111
<b>Empatía</b>			
P19. Que el personal lo escuche atentamente y trate con amabilidad, respeto y paciencia	✓	.001	✓ .206
P20. Que la Clínica cuente con empleados que brindan atención personalizada	✓	.000	✓ .127
P21. Que el personal de la clínica le explique con palabras fáciles de entender la información que necesita	✓	.000	✓ .041
P22. Que los empleados de la Clínica entiendan las necesidades específicas de los clientes	✓	.000	✓ .187

En la Tabla 6 se puede observar que se cuenta con correlación positiva presentando valores ( $> 0$ ) mayores a cero, salvo las preguntas, sobre el nivel de significancia se observa que se tiene un p-valor  $<$  (menor) a .05 lo que dice que existe evidencia para concluir que la correlación es diferente a cero 0.

Tabla 6

*Correlación entre Satisfacción (Promotores) vs. Calidad de Servicio*

Preguntas	Correlación Valor p	Correlación de Pearson
<b>Tangible</b>		
P1. Que la apariencia de los equipos de la clínica sea Moderna	.000	.152
P2. Que la presentación de los empleados de la clínica sea buena e impecable	.000	.088
P3. Que los materiales asociados con el servicio ( folletos o catálogos) de la clínica muestren la información necesaria	.015	.290
P4. Que el consultorio y la sala de espera sean limpios, cómodos y acogedores	.000	.285
<b>Fiabilidad</b>		
P5. Que cuando la clínica prometa hacer algo en un tiempo determinado lo cumpla	.000	.092
P6. Que cuando tenga un problema, la clínica muestre un sincero interés por resolverlo	.000	.257
P7. Que la clínica desempeñe el servicio de manera correcta a la primera vez	.000	.126
P8. Que su historia clínica se encuentre disponible para su atención en el consultorio	.000	.064
P9. Que su atención se realice respetando la programación y el orden de llegada del paciente	.005	.023
<b>Capacidad de Respuesta</b>		
P10. Que la atención de la caja, modulo de atención e informes sea rapida	.000	.179
P11. Que los empleados de la Clínica se muestren dispuestos a ayudarlo	.000	.267
P12. Que los empleados de la Clínica nunca estén demasiado ocupados como para no atender a un cliente	.000	.047
P13. Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad	.000	.126
P14. Que la atención para los analisis, farmacia y exámenes diversos sean rápidos	.000	.249
<b>Seguridad</b>		
P15. Que el comportamiento de los empleados de la Clínica inspiren confianza	.000	.163
P16. Que el médico le brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud	.003	.124
P17. Que el medico le realice un examen físico completo y minucioso por el problema de salud por el que se atiende	.000	.056
P18. Que los empleados de la Clínica cuenten con el conocimiento requerido para una buena atención	.000	.111
<b>Empatía</b>		
P19. Que el personal lo escuche atentamente y trate con amabilidad, respeto y paciencia	.000	.206
P20. Que la Clínica cuente con empleados que brindan atención personalizada	.000	.127
P21. Que el personal de la clínica le explique con palabras fáciles de entender la información que necesita	.000	.041
P22. Que los empleados de la Clínica entiendan las necesidades específicas de los clientes	.000	.187

**5.4 Discusión de resultados**

Gracias a los resultados obtenidos en el presente estudio, es posible decir que la herramienta conocida como SERVQUAL puede ser destinada a estudios dirigidos al rubro de la salud ya que si se compara los resultados del presente estudio, con las diversas investigaciones que cuentan con el mismo tipo de población, se observa como las investigaciones empíricas constituidas previamente obtuvieron resultados esperados como menciona por ejemplo Ajam, Sadeghifar, Anjomshoa, Mahmoudi, Honarvar, y Mousavi (2014)

en el que sus resultados demostraron que el servicio que brindan los trabajadores en el Hospital eran Mayores a lo esperado por los pacientes.

Es por esto, por lo que la validación del modelo SERVQUAL como herramienta no solo fue avalado gracias a los resultados del Alpha de Cronbach sino que también se avalaron por los resultados en la literatura encontrada, teniendo así un camino para la elaboración del diseño de la encuesta para el cumplimiento de la investigación.

Entre los resultados de los diversos estudios se encuentra la evaluación de la satisfacción de los pacientes mediante la comparación de las expectativas y las percepciones, y se puede observar que en algunos casos los pacientes esperan más de lo que el centro de salud les brinda, es decir, lo que percibieron del servicio es menor a sus expectativas, es como en el caso de A. Villafuerte y Tello (2017) en el que se observa que no se están cumpliendo las expectativas de los pacientes, ocurriendo un panorama similar en la Clínica San Juan Bosco viendo los resultados de nuestro estudio, sin embargo existen investigaciones en las que se pueden ver que se superan las expectativas.

Existen mucho estudios acerca de la aplicación del método SERVQUAL para medir la calidad del servicio en el rubro de la salud, pero es menor la cantidad de estudios que están enfocados en conocer la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes dirigidos a dicho rubro, a pesar de ello entre las investigaciones encontradas como es el caso de B. Romaní y Terbullino (2018) en el que menciona que existe una correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente ya que en sus resultados la satisfacción estaba significativamente ligada a la calidad de servicio percibida, lo mismo sucede en la Clínica San Juan Bosco demostrado con los resultados obtenidos del presente proyecto según se observa en el análisis de correlación.

De igual manera Kazemi, Ehsani, Abdi, y Bighami, M. (2013) mencionan que en su estudio de correlación la calidad de servicio contaba con una relación significativa y positiva

con la satisfacción de los pacientes, estos resultados coinciden con los hallados en la presente investigación.

Todo lo mencionado aportó conocimiento y ayudó a validar la afirmación de la hipótesis planteada, ya que entre los estudios mencionados se manifiesta que existe una relación entre la calidad del servicio que brinda los diversos centros de salud con la satisfacción que presentan los usuarios.

Por último, gracias a los resultados hallados se pudo llegar a diversas conclusiones las cuales servirán para tener mayor conocimiento de la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pacientes en los diversos centros de salud. Tal como los estudios antecesores se puede validar también la herramienta usada para dicho sector, y como punto final se ha podido conocer cuáles son las fortalezas actuales de la clínica y cuáles son las debilidades en las que se debe enfocar para así llegar al fortalecimiento de los procesos de servicio para que esta pueda mantener y mejorar la satisfacción.



## Conclusiones

1. Se puede concluir que el uso del método SERVQUAL como herramientas de investigación para este tipo de casos es adecuado, puesto que se logró llegar a cubrir el objetivo general de esta investigación, teniendo como resultado de que existe una relación positiva entre la satisfacción y calidad percibida de los clientes externos de la clínica, esto se mide mediante la percepción que los clientes adquieren, dicho resultado lleva a la validación de la hipótesis afirmada para esta investigación.

2. Esto ayudó a tener un mayor conocimiento sobre la relación que existe entre estas variables mencionadas, y de que parte del servicio puede ser tomado más en cuenta y mejorarlo en el proceso de servicio, puesto que es de esta manera que se obtienen modificaciones en el resultado final de la satisfacción de los usuarios, todo esto sirve para planes de mejora que beneficiaría a la clínica en el tema de la obtención de diferenciación y fidelidad.

3. Del mismo modo se puede concluir que existe una correlación positiva entre las brechas de la calidad de servicio y la dimensión detractores de la satisfacción, esto muestra de que se cuenta con clientes externos que han percibido la calidad de servicio como baja y pueden no recomendar los servicios de la clínica ante otras personas puesto que estos son clientes insatisfechos.

4. Igualmente se concluye que se tiene una correlación positiva entre las brechas de la calidad de servicio y la dimensión pasivos de la satisfacción, siendo estos los clientes externos que han percibido la calidad de servicio como buena dentro de lo aceptable para ellos y están satisfechos, pero no entusiastas por recomendar el servicio de la clínica y por ello son vulnerables a las ofertas de los competidores.

5. Por último, se puede concluir que hay una relación positiva entre la calidad de servicio y la dimensión promotores de la satisfacción, lo que demuestra que estos son los clientes leales con los que cuenta la clínica y están más que satisfechos con la experiencia con

el servicio que recibieron por lo que seguirán utilizándolo y recomendarán a la clínica a más personas.

6. Se sabe ya que la calidad de Servicio crea valor en la clínica estudiada y es una señal para lograr la satisfacción del cliente. Es así como las clínicas, entre otros centros dirigidos a la salud para lograr la distinción, deben prestar atención especial a la percepción del paciente ambulatorio y ponerla como prioridad en sus actividades, ya que se ha podido evidenciar que la buena calidad de los servicios impacta sobre la satisfacción de los clientes.

### **Recomendaciones**

1. Identificar periódicamente cual es la realidad del servicio ofrecido, y así conocer la satisfacción del cliente a través de la medición continua de las expectativas y percepciones del cliente por medio del SERVQUAL.
2. Tomar como enfoque de gestión para los próximos años la Gestión de Calidad Total en la clínica para así mejorar la satisfacción del cliente y cumplir con los requisitos de estos.
3. Se recomienda que la clínica mejore su proceso de atención referente a todas las dimensiones, enfocándose más en la empatía puesto que es la dimensión menos aceptada por los usuarios de este servicio, seguido por seguridad y capacidad de respuesta, ya que son las dimensiones que más afectan en la variación de la satisfacción de los pacientes, tomando como punto de partida la primera impresión que esto podría llegar a generar en los clientes.

## Referencias

- Ajam, M., Sadeghifar, J., Anjomshoa, M., Mahmoudi, S., Honarvar, H., & Mousavi, S. (2014). Assessing Quality of Healthcare Service by the SERVQUAL Model: A Case Study of a Field Hospital. *Journal Mil Med*, 15(4), 273-279.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Venezuela: Editorial Episteme, C.A.
- Bitner, M.J. (1990). Evaluating service encounters; the effects of physical surroundings and employee responses, *Journal of Marketing*, Vol. 54 (April), pp. 69-82.
- Cronin, Joseph and Taylor (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*. No. 56. pp. 55-68.
- Crosby, P. (1984). *La calidad no cuesta*. México: CECSA.
- Deming, W. E., & Medina, N. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad: La Salida de la Crisis*. Madrid: Ediciones Diez de Santos.
- Diaz, J. (1996). *The successful small bussines*. España: MAPCAL, S.A.
- Donabedian, A. (1984). *La calidad en la atención médica: definición y métodos de evaluación*. México: Prensa Médica Mexicana.
- Escoriza Nieto, J. (1985). *Motivacion y aprendizaje*. Juan Mayor.
- Feigenbaum, A. (1986). *Control total de la Calidad*. México: CESCO.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación (Quinta ed.). Ciudad de México, México: McGraw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
- Juran, J. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*. Madrid: MAPCAL

- Kazemi, N., Ehsani, P., Abdi, F., & Bighami, M. (2013). Measuring hospital service quality and its influence on patient satisfaction: An empirical study using structural equation modeling. *Management Science Letters*, 3(7), 2125-2136.
- Kotler, P. (1996). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing* (6ta ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P. y Keller, K. (2003). *Dirección de Marketing*. México: Prentice Hall.
- Krathwohl, D. (1993). *Methods of Educational & Social Science Research: An Integrated Approach*. New York: Longman
- Ministerio de Salud (MINSA)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. y Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. y Berry, L.L. (1988). A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Phillips P, Carson K, Roe W. Toward understanding the patient's perception of quality. *The Health Care Supervisor* 1998; 16:36-42.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. y Berry, LL. (1993). More on Improving service quality measurement. *Journal of Retailing*, 69, 140-147.
- Reichheld, F. (2011) *The Ultimate Question 2.0. How Net Promoter companies thrive in a Customer-Driven World*, EEUU: Bain & Company, inc.

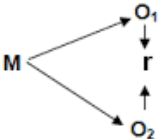
- Romaní, M., & Terbullino, R. (2018). *Calidad de Servicio y Satisfacción del usuario en el Puesto de Salud Ramiro Priale El Tambo – Huancayo 2018*. Tecnología Médica en la Especialidad de Terapia Física y Rehabilitación. Universidad Cayetano Heredia
- Tse, D., Nicosia, F. & Wilton, P. (1990). Consumer Satisfaction as a Process. *Psychology & Marketing*, 7 (3), 177-193.
- Villafuerte, M., & Tello, A. (2017). *Factores asociados al nivel de satisfacción de los pacientes que reciben atención fisioterapéutica en el Servicio de Medicina Física y Rehabilitación del Hospital Cayetano Heredia*. (Tesis de licenciatura). Tecnología Médica en la Especialidad de Terapia Física y Rehabilitación. Universidad Cayetano Heredia

### Apéndice A. Operacionalización de Variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO
CALIDAD DE SERVICIO	TANGIBLES	Equipamiento	La clínica cuenta con equipos modernos y de buena apariencia	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Apariencia integral de los colaboradores	La presentación de los empleados de la clínica es buena e impecable	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Materiales	Los materiales del servicio muestran información necesaria	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Instalación física visualmente atractiva	El Consultorio y la sala de espera estuvieron limpios, cómodos y acogedores	Likert del 1 al 7	Encuesta
	FIABILIDAD	Cumplimiento de Promesa	La clínica cumplió con lo prometido en el tiempo establecido	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Interes por resolución de problemas	La clínica mostro un sincero interes por resolver sus problemas	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Fiabilidad de servicios	La clínica desempeñó el servicio de manera correcta a la primera vez	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Accesibilidad	La historia clínica e encuesta disponible para la atención en el consultorio	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Respeto de programación y orden	Se respeta la programacion y orden de llegada del paciente	Likert del 1 al 7	Encuesta
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Tiempo de espera	La atención de la caja, modulo de atencion e informes fué rapida.	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Atencion a problemas	Los empleados se encuentran dispuestos a ayudar	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Disposicion a ayudar de los empleados	Los empleados de la clínica nunca estuvieron demasiado ocupados como para no atenderlo.	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Disponibilidad de herramientas	Las citas se encuentran disponibles y se obtienen con facilidad	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Atencion rapida	Atención rapida en analisis, farmacia y exámenes diversos	Likert del 1 al 7	Encuesta
	SEGURIDAD	Colaboradores transmitan confianza	El personal de la clínica inspira confianza y seguridad en la información que transmiten	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Solucion de consultas	El medico brinda el tiempo necesario para contestar las dudas y preguntas sobre el problema de salud	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Pacientes seguros con sus proveedores	El medico realizó un examen físico completo y minucioso por el problema de salud por el que se atiende	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Colaboradores Bien formados	El personal de la clínica cuenta con el conocimiento requerido para la atención	Likert del 1 al 7	Encuesta
	EMPATIA	Amabilidad, respeto y empatia de los colaboradores	El personal lo escuchó atentamente y trató con amabilidad, respeto y paciencia	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Atencion personalizada	La clínica cuenta con empleados que brindan atención personalizada	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Preocupación por los intereses de los pacientes	El personal de la clínica explicó con palabras fáciles de entender la información que necesita el paciente	Likert del 1 al 7	Encuesta
		Comprension de las necesidades de los pacientes	Los empleados de la clínica eintendes las necesidades específicas de los pacientes	Likert del 1 al 7	Encuesta
SATISFACCION DEL CLIENTE	PROMOTORES	Nivel de Satisfacción	Que tan probable es para usted que nos recomiende con algún conocido	Likert del 1 al 10	Encuesta
	PASIVOS				
	DETRACTORES				





<p>calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la dimensión de satisfacción “Detractores” y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019?</p>	<p>calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019.</p> <p>Determinar la relación entre la dimensión de satisfacción “Detractores” y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019</p>	<p>de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019.</p> <p>Existe una correlación positiva y significativa entre la dimensión de satisfacción “Detractores” y las 05 dimensiones de calidad de servicio brindada al usuario externo de la clínica San Juan Bosco de Huánuco 2019.</p>	<p>Población: Clínica San Juan Bosco de Huánuco</p> <p>Muestra: Clientes externos</p>	<p><u>Diseño de investigación</u> No experimental</p> <p><u>Esquema</u></p>  <p>Donde:  M = Muestra  O<sub>1</sub> = Observación de la V.1.  O<sub>2</sub> = Observación de la V.2.  r = Correlación entre dichas variables.</p>
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos				
<p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>				

## Apéndice C. Instrumento de recolección de datos

### ENCUESTA

La presente encuesta tiene como motivo conocer la impresión que tiene Ud. acerca de nuestro servicio, para de esta manera poder estar siempre mejorando para su satisfacción, se pide valorar la encuesta según los casilleros asignados del 1 al 7 ; siendo 1 (el mas bajo) y 7 (el mas alto) segun el nivel de importancia que usted le otorga a las siguientes declaraciones. Gracias por su tiempo.

#### DIMENSIÓN

BIENES TANGIBLES																	
EXPECTATIVAS		VALORES							PERCEPCIÓN		VALORES						
		1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5	6	7
1	Que la apariencia de los equipos de la clínica sea Moderna								La apariencia de los equipos de la clínica fué Moderna								
2	Que la presentación de los empleados de la clínica sea buena e impecable								La presentación de los empleados de la clínica fué buena e impecable								
3	Que los materiales asociados con el servicio ( folletos o catálogos) de la clínica muestren la información necesaria								Los materiales asociados con el servicio ( folletos o catálogos) de la clínica mostraron la información necesaria								
4	Que el consultorio y la sala de espera sean limpios, cómodos y acogedores								El consultorio y la sala de espera estuvieron limpios, cómodos y acogedores								

#### DIMENSIÓN

FIABILIDAD																	
EXPECTATIVAS		VALORES							PERCEPCIÓN		VALORES						
		1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5	6	7
5	Que cuando la clínica prometa hacer algo en un tiempo determinado lo cumpla								La clínica cumplió lo prometido en el tiempo establecido								
6	Que cuando tenga un problema, la clínica muestre un sincero interés por resolverlo								La clínica mostró un sincero interés por resolver su problema								
7	Que la clínica desempeñe el servicio de manera correcta a la primera vez								La clínica desempeñó el servicio de manera correcta a la primera vez								
8	Que su historia clínica se encuentre disponible para su atención en el consultorio								Su historia clínica se encontró disponible en el consultorio para su atención								
9	Que su atención se realice respetando la programación y el orden de llegada del paciente								Su atención se realizó respetando la programación y el orden de llegada								

#### DIMENSIÓN

		CAPACIDAD DE RESPUESTA																											
		EXPECTATIVAS							VALORES							PERCEPCIÓN							VALORES						
									1	2	3	4	5	6	7								1	2	3	4	5	6	7
10	Que la atencion de la caja, modulo de atención e informes sea rapida									La atencion de la caja, modulo de atención e informes fué rapida																			
11	Que los empleados de la Clínica se muestren dispuestos a ayudarlo									Los empleados de la Clínica se mostraron dispuestos a ayudarlo																			
12	Que los empleados de la Clínica nunca estén demasiado ocupados como para no atender a un cliente									Los empleados de la Clínica nunca estuvieron demasiado ocupados como para no atenderlo																			
13	Que las citas se encuentren disponibles y se obtengan con facilidad									Las citas se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad																			
14	Que la atencion para los analisis, farmacia y exámenes diversos sean rápidos									La atencion para los analisis, farmacia y exámenes diversos fueron rápidos																			

## DIMENSIÓN

**SEGURIDAD**

	EXPECTATIVAS	VALORES							PERCEPCIÓN	VALORES						
		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7
15	Que el comportamiento de los empleados de la Clínica inspiren confianza								El comportamiento de los empleados de la Clínica le inspiraron confianza							
16	Que el médico le brinde el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud								El médico le brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud							
17	Que el medico le realice un examen físico completo y minucioso por el problema de salud por el que se atiende								El medico le realizó un examen físico completo y minucioso por el problema de salud por el que se atendió							
18	Que los empleados de la Clínica cuenten con el conocimiento requerido para una buena atención								Los empleados de la Clínica cuentan con el conocimiento requerido para una buena atención							

## DIMENSIÓN

**EMPATÍA**

	EXPECTATIVAS	VALORES							PERCEPCIÓN	VALORES						
		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7
19	Que el personal lo escuche atentamente y trate con amabilidad, respeto y paciencia								El personal lo escuchó atentamente y lo trató con amabilidad, respeto y paciencia							
20	Que la Clínica cuente con empleados que brindan atención personalizada								La Clínica contó con empleados que le brindaron atención personalizada							
21	Que el personal de la clínica le explique con palabras fáciles de entender la información que necesita								El personal de la clínica le explicó con palabras fáciles de entender la información que necesitó							
22	Que los empleados de la Clínica entiendan las necesidades específicas de los clientes								Los empleados de la Clínica entendieron sus necesidades específicas							

**FINALMENTE NOS GUSTARIA SABER :**

23. ¿Qué tan probable es para usted que nos recomiende con sus conocidos?

Utilizando la escala del 1 al 10 \_\_\_\_\_

## Apéndice D. Alpha de Cronbach

VARIANZA	0.1	0.2	0.7	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2	0.5	0.1	0.3	0.4	0.1	0.3	0.5	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.7	0.8	0.9	0.8	0.7	0.9	0.8	0.8	0.8	0.6	0.7	0.9	0.7	0.8	0.7	0.8	0.7	0.8	0.9	0.7	0.9	0.9	1.0	216.19
----------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--------

$\alpha$	0.9101
----------	--------